

第五卷

丛书主编	仓理新
本册主编	仓理新
副主编	李稚子
	董王
	适萌
	赵宇微
	张哲

中国人口出版社
China Population Publishing House
全国百佳出版单位

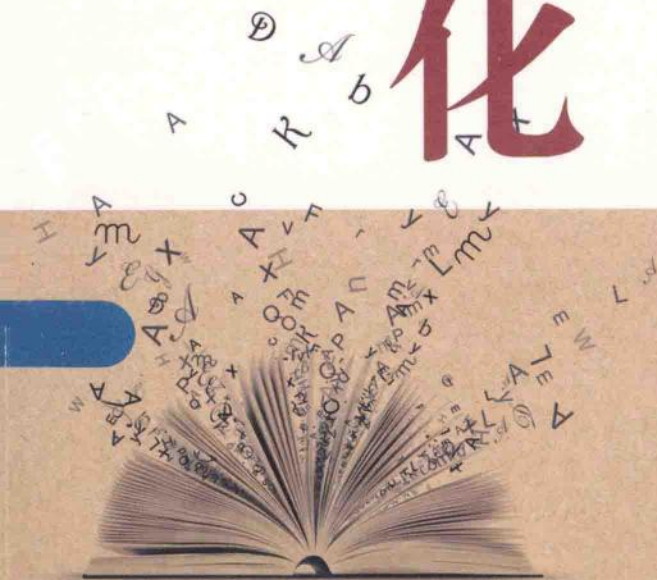
流行语

折射的

畅销书文化

国家社科基金重大招标项目「当代中国大众文化的价值观念研究」(项目编号: 11&ZD022)阶段性成果

国家社科基金项目「当代中国流行文化研究」
(项目编号: 06BSH036) 后续成果



中国
研究丛书
第五卷

丛书主编	仓理新
本册主编	仓理新
副主编	李稚子
	董王
	适萌
	赵宇微
	张哲

语
折射的

畅销书文化

国家社科基金重大招标项目「当代中国大众文化的价值观念研究」(项目编号:11&ZD022)阶段性成果

国家社科基金项目「当代中国流行文化研究」
(项目编号: 06BSH036) 后续成果



中国人口出版社
China Population Publishing House
全国百佳出版单位

图书在版编目(CIP)数据

流行语折射的畅销书文化/仓理新主编. —北京:
中国人口出版社, 2013. 8
(当代中国流行文化研究丛书; 5)
ISBN 978-7-5101-1928-6

I. ①流… II. ①仓… III. ①畅销书—文化产业—研
究—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 188092 号

流行语折射的畅销书文化

仓理新 主编

出版发行	中国人口出版社
印刷	北京朝阳印刷厂有限责任公司
开本	880 毫米 × 1230 毫米 1/32
印张	7
字数	200 千
版次	2013 年 8 月第 1 版
印次	2013 年 8 月第 1 次印刷
书号	ISBN 978-7-5101-1928-6
定价	33.00 元

社 长	陶庆军
网 址	www.rkcbs.net
电 子 信 箱	rkcbs@126.com
总编室电话	(010)83519392
发行部电话	(010)83534662
传 真	(010)83519401
地 址	北京市西城区广安门南街 80 号中加大厦
邮 编	100054

版权所有 侵权必究 质量问题 随时退换

作者简介

仓理新

首都师范大学政法学院社会学与社会工作系教授、社会学博士。已出版专著 7 部,在权威期刊、核心期刊发表学术论文几十篇,主持并完成教育部和北京市教委科研课题各 1 项。主持完成 2006 年国家社科基金一般项目“当代中国流行文化研究”并主编本丛书。2011 年度国家社会科学基金重大招标项目“当代中国大众文化的价值观研究”子项目负责人。主要成果:策划、编辑的图书荣获国家级、省部级奖励 9 项。主编的《当代中国流行文化研究丛书》被北京市新闻出版局定为 2009 年重点图书。

主要著作:

主编《流行语与时尚文化——运用马克思主义解读流行思潮》(21 世纪通识课系列),中国人民大学出版社,2012;主编《流行语折射的网络文化》,旅游教育出版社,2012;主编《流行语折射的流行文化》,旅游教育出版社,2011;主编《流行语折射的旅游文化》,旅游教育出版社,2010;独著《书籍传播与社会发展——出版产业的文化社会学研究》,首都师范大学出版社,2007;第二主编《中国社会保障辞典》,首都师范大学出版社,1994(1995 年获全国优秀教育图书一等奖,1996 年获北京市第四届哲学社会科学优秀成果二等奖)。

主要论文：

《从流行语看流行文化——以超女选秀为例》，《新华文摘》，2009（1）；《选秀潮引起的思考》，《师资建设》，2009（2）；《构建出版社会学理论体系的基本思路》，中国人民大学习报复印资料《出版工作》，2007（6）；《社会主义文化建设呼唤出版社会学》，《中国社会科学文摘》，2007（3）；《以社会学为视角观察书籍》，《学习与探索》，2005（5）；《以历史学为视角观察书籍》，《首都师范大学学报》，2005（2）等。

序 言

流行文化社会学研究的新进展

“当代中国流行文化研究”是 2006 年度国家社会科学基金项目社会学课题指南项目。课题承担者仓理新教授在注重研究社会成员日常生活热点的基础上,设计了几个子课题,内容涉及旅游文化、网络文化、健身文化等当代我国大众比较热衷的领域。项目的最终成果是关于当代中国流行文化的研究报告。由于作者以流行语为切入点的思路很有新意,在课题未结题时就引起了出版界的兴趣,被北京市新闻出版局列入 2009 年度重点图书的选题计划。主编仓理新教授在完成国家社科基金项目的研究过程中开发了这套丛书。应该说,这套丛书无论在理论研究方面,还是实证研究方面都具有很高的学术价值和应用价值。

新中国成立后,我国对文化的社会学研究始于 20 世纪八九十年代,但尚未涉及,或者说尚未真正涉及大众流行文化,因为大众流行文化是工业社会后期为广大社会成员消费的文化,与社会经济发展水平、都市化程度、中间阶层数量等社会指标的提高紧密相连。近年来,我国经济持续发展、城市化进程加快、中间阶层数量增加,特别是电视在城乡家庭成为日常生活用品,大众流行文化研究才被正式提上日程。

这套丛书作为 21 世纪“十一五规划”开局之年的成果,反映了这一新的社会趋势,是有新的社会学意义的。

近年来,相关机构虽然每年发布流行语,但只是列举了流行语是什么。至于形成流行语的社会渊源、流行语反映的社会热点、流行语传播的社会效果、流行语的发展趋势,以及对社会变迁的影响等更加深刻的社会问题,则几乎没有著作涉及。这套丛书对上述问题做了深入的探讨和研究,是我国学者对语言社会学进行的有某种开创意义的研究。社会语言学和语言社会学都是语言学与社会学相交的交叉学科。社会语言学把流行语看作一种词汇现象,进行的是一种词汇的分类研究;语言社会学把流行语看作反映社会文化的符号,研究角度是揭示符号互动引发的社会变迁。丛书把流行语作为观察社会文化的视角,重点探讨流行语背后反映的社会问题,因此,这不能不对语言社会学注入了某种新意。这是该丛书的第二个新的社会学意义。

丛书的第三个社会学意义是拓展并夯实了相关的社会学分支学科。对流行文化的研究涉及许多社会学分支学科,例如,文化社会学、语言社会学、旅游社会学、体育社会学、日常生活社会学、闲暇社会学、消费社会学等分支学科。此外,丛书此次开展了网络流行文化的研究,不仅收集了官方媒体和网络媒体发布的流行语,还探讨了与网络流行文化相关的社会问题,为目前正在形成的网络社会学分支学科增添了某种新因素、新东西。

就应用价值来说,该套丛书对文化创意产业有不小的参

考意义。现代社会的一个突出特点是为人服务的行业逐渐取代向自然索取资源和加工资源的行业,即第三产业的规模日益扩大。其中,文化产业创造的效益在第三产业中的比重日益增加,文化产品成为社会大众的日常消费品。技术的发达使传统的工作方式逐渐被淘汰,人们的闲暇时间日益增多。“以人为本”的观念日益深入人心,因此社会学研究的一个重要方面,也从以往重视宏观研究向贴近日常生活的微观研究转变。这套丛书中列举了许多利用文化元素开发文化产品,在市场上获得效益的成功案例,为我国新兴的文化创意产业提供了经验研究的依据和数据。

同时,在该书的实证研究中,作者在中外几十个国家留学生中做了关于当代中国流行文化的几百份问卷的定量分析研究,此数据非常珍贵。从问卷调查反映的数据中,可以了解到外国留学生对中国文化的兴趣和态度,这对从另外一个角度了解中国是很有实际意义的。

当今世界越来越强调科研成果的转化和应用。丛书主编在这方面也做了很好的尝试,不仅开发了这套丛书并获得出版资助,还开设了一门受高校本科生欢迎、评价不低的课程。她于2008年秋季在首都师范大学为全校本科生开设公选课:流行语反映的时尚文化。近300名学生报名选修,遍及全校文理、艺术等各科13个二级学院,覆盖一至四年级学生。期末学生对本课程的评价优秀,评分92.03。目前,这门课也获得资助,将编写出高校本科生通识选修课教材。

综上所述,这套丛书向读者展示了我国21世纪初期流行

文化的状况和发展趋势。丛书不只是记录、描述了当代中国的流行文化是什么,还揭示了流行文化形成的社会历史渊源和引起的社会后果。对流行文化引起的社会问题做了深入分析,并提出了可行性解决思路,为政府决策提供了参考依据。丛书把流行语视为流行文化的亮点和特质,将同类文化特质整理成文化集丛,通过对不同文化集丛的研究探究流行文化的模式和体系,这是很有新意的探索。

中国社会学会名誉会长、中国人民大学一级教授

郑杭生

导 论

本书是当代中国流行文化研究丛书的第五卷,研究的问题是畅销书及其社会影响。研究流行文化不可能不涉及畅销书文化,因为畅销书文化是流行文化的源泉。畅销书传播的流行文化元素可以开发出电影、电视剧、热门节目、流行音乐和流行歌曲、美术产品、雕像、广告、时装、美食、游戏、玩具、生活用品、旅游产品、民俗活动、主题公园等大众喜闻乐见的文化服务。例如,英国女作家罗琳写的《哈利·波特》系列,该书不仅在英语国家畅销,还被译成 70 多种文字,全球销量逾 3 亿册。据我所知,这是迄今为止销量最多的畅销书。这套书自从 1997 年问世以来,到 2007 年全部出齐,不仅开发了诸如电影、游戏、玩具、主题公园等一系列流行文化产品,还彻底改变了作家罗琳的命运,使她从一位领取失业救济金的单身母亲,转身成为财产超过英国女王的全球亿万富婆。

本书的篇幅囊括不了古今中外形形色色的畅销书,只以 2002~2007 年我国发布的主流媒体相关流行语和文新报业集团出版类流行语为线索,描述分析了 21 世纪初期中外各类畅销书对当代中国社会文化生活的影响和作用。笔者以文化学家的分类思想,把出版类流行语梳理成作品、作家和出版现象三条线索,并以此为纲对畅销书形成的文化产业、催生的明星

作者和典型出版现象做了经验性和社会学理论的研究。经验性研究基于笔者在出版社 20 年的工作经历和积累,社会学理论的研究基于笔者师从著名社会学家、目前我国唯一的一级教授、中国人民大学郑杭生教授,在读博士期间对出版社会学的开创性探索。

本书第一章列举了与畅销书文化相关的流行语;第二章至第五章把畅销书分为传统文化类、悬疑类、文学类和少儿类,对这些畅销书进行了多视角研究;第六章剖析了畅销书的运作过程;第七章分析了畅销书和社会变迁的关系;第八章提出了出版社会学理论;最后得出结论:传播先进文化的书籍是促进社会发展的动力。畅销书文化曾以专题形式纳入笔者在首都师范大学为本科生开设的通识选修课“流行语与时尚文化”。这门课程是笔者首先开创,目前其他高校尚未开设。教学大纲在校园网一经挂出,就吸引了 300 多人报名选修,目前已经有文、理、艺术等 13 个二级学院,一至四年级 600 多名本科生听过这门课,每年期末学生的评价都是优秀。根据笔者对听课学生的访谈和问卷调查,畅销书文化是学生们喜欢的专题之一,每次课堂讨论他们都积极参与,并时常爆发激烈的争论。



目录

第一章 流行语反映的畅销书文化	1
第一节 相关流行语展示	1
第二节 流行语分类	3
第三节 流行语折射的畅销书文化综述	4
第二章 传统文化类畅销书	9
第一节 近年来历史类畅销书概览	9
第二节 传统文化类畅销书走俏的社会背景	27
第三节 传统文化类畅销书产生的影响	31
第三章 悬疑类畅销书	48
第一节 21 世纪的悬念大师——丹·布朗	48
第二节 盗墓题材畅销书——《鬼吹灯》	55
第四章 文学类畅销书	61
第一节 当代国内题材文学作品	61

第二节	文坛新锐——“80后”作家	73
第三节	译著：《BOBO族》、《洛丽塔》	81
第五章	少儿类畅销书	87
第一节	郑渊洁和小妮子	87
第二节	罗琳的《哈利·波特》	97
第六章	剖析畅销书的运作过程	110
第一节	国内外畅销书案例分析	110
第二节	打造畅销书的思路与手法	120
第七章	畅销书引发的社会变迁	131
第一节	畅销书催生的新社会群体	131
第二节	畅销书发展的趋势和后果	155
第八章	用社会学理论解析畅销书现象	164
第一节	国外社会学先驱的理论	164
第二节	国内新理论	175
第三节	构建出版社会学理论体系的基本思路	183
结论		198
参考文献		201

第一章 流行语反映的畅销书文化

畅销书一词最早出现在美国,主要指那些被社会大众认可且卖得好的书。畅销书并不一定是传播先进文化的书,但都是流行文化和文化产业的重要组成部分。因此,研究社会文化或某一时期的文化思潮是必须研究畅销书的。了解畅销书的途径很多,国家、地方、机构、媒体、调查公司等都有发布某时期畅销书排行榜的活动。本书采取了一个新的角度研究畅销书,即以主流媒体在 21 世纪前几年发布的出版类流行语为基本数据,描述、分析、解释、概括畅销书发展的轨迹以及对社会变迁的影响。

第一节 相关流行语展示

一、主流媒体流行语发布情况

本书研究的依据是近年来主流媒体流行语。这些流行语从 2003 年开始,由我国几家权威机构——国家语言资源监测与研究中心、北京语言大学、中国传媒大学、中国新闻技术工作者联合会、中国中文信息学会等单位联合组成。他们依据

“发行量”等因素,选取了 15 家报纸、9 家电视台、5 家广播电台、5 家网站 1 年多达 11 亿字的语料,汇入北京语言大学应用语言研究所 DCC 博士研究室的动态流通语料库,进行动态加工分析。在筛选时考虑了流行语的起点、峰值与谷值的落差、流行高峰持续期等相关因素,分析了流行语的变化特点,从而使筛选过程更加精密化、效率化、科学化。上述单位每年公布的流行语建立在客观、准确、系统的基础上,目前是国内最权威、最可靠的语言资料。^①

以上权威机构每年 1 月和 7 月在北京语言大学发布春夏和年度两次主流媒体流行语。上海文汇新民联合报业集团新闻信息中心从 2005 年开始发布中国流行语。北京和上海发布的流行语分为二十多个类别和专题,每个类别和专题分别收入 10 条流行语,至今已经几百条。相比之下,上海发布的流行语分类更细,专门设有出版类流行语,这些流行语是本书参考的重要数据。

二、2002 ~ 2007 年相关流行语展示

(一) 主流媒体相关流行语

2002 年:BOBO 族。

2005 年:春夏:国学院,年度:复兴国学。

2006 年:春夏:文化创意产业,年度:《江泽民文选》(国内

^① 关于流行语的资料可以参考商务印书馆 2006 年以来每年出版的《中国语言生活状况报告》和文汇出版社 2005 年以来每年出版的《中国流行语》。

时政类)、文化创意产业、孔子、百家讲坛、于丹、易中天、草根文化。

2007年:春夏:公共文化服务,年度:社区文化。

(二)文新报业集团出版类流行语

2004年:小平百年、张爱玲、郭敬明、张纯如、民营书业、抄袭、读图、“80后”、手机小说、伪书。

2005年:余华、《话说中国》、丹·布朗、《兄弟》、《秦腔》、悬疑小说、《他改变了中国》、《哈利·波特6》、巴金逝世、《天使与魔鬼》。

2006年:《江泽民文选》、易中天、铁凝、《品三国》、郑渊洁、《洛丽塔》、《咬文嚼字》、《碧奴》、于丹、小妮子。

2007年:《鬼吹灯》、《我的千岁寒》、《我叫刘跃进》、《墨迹》、《悲伤逆流成河》、《于丹〈庄子〉心得》、《高兴》、《明朝那些事儿》、《玄奘西游记》、《幸福深处》。

第二节 流行语分类

上述流行语可以整理成三条线索。

一、作品

时政类:《小平百年》、《江泽民文选》、《他改变了中国》。

批评类:《咬文嚼字》、《我的千岁寒》。

传统文化类:《话说中国》、《品三国》、《碧奴》、《于丹〈庄子〉心得》、《明朝那些事儿》、《玄奘西游记》。

现代文学类:《兄弟》、《我叫刘跃进》、《悲伤逆流成河》、《秦腔》、《高兴》。

传记类:《墨迹》、《幸福深处》。

悬疑小说类:《哈利·波特6》、《天使与魔鬼》、《鬼吹灯》。

译著类:《BOBO族》、《洛丽塔》。

二、作者

张爱玲、郭敬明、张纯如、余华、丹·布朗、巴金、易中天、铁凝、郑渊洁、于丹、小妮子。

三、出版现象

民营书业、抄袭、读图、“80后”、手机小说、伪书。

以上分类基本涵盖了文新报业集团近年来发布的出版类流行语。主流媒体发布的春夏和年度文化类流行语,没有专门细分出版类,但是有些和文新报业集团重复的流行语,也基本都按所属类别编入。没有编入以上分类的流行语,反映出和以上畅销书现象相关的文化背景,例如,国学院、复兴国学、文化创意产业、孔子、百家讲坛、草根文化等。以上分类大致勾勒了21世纪前几年的畅销书文化现象的轮廓。

第三节 流行语折射的畅销书文化综述

一、畅销书文化研究样本

以上列入作品分类的书籍,印数多的譬如《哈利·波特》